

**PENGARUH *IN-STORE FACTORS*, *PERSONAL FACTORS*,
MOOD OF CONSUMER, *POS TERMINAL* TERHADAP
IMPULSE BUYING PADA PULL & BEAR DI GALAXY MALL
SURABAYA**



**OLEH:
MICHAEL STEVANO
(3103015302)**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *IN-STORE FACTORS*, *PERSONAL FACTORS*, *MOOD OF CONSUMER*, *POS TERMINAL* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
PULL & BEAR DI GALAXY MALL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

MICHAEL STEVANO

3103015302

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *IN-STORE FACTORS*, *PERSONAL FACTORS*, *MOOD OF CONSUMER*, *POS*
TERMINAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA *PULL & BEAR* DI *GALAXY MALL SURABAYA***

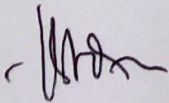
Oleh :

Michael Stevano

3103015302

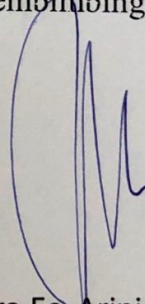
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.
N.I.K: 311.95.0228
Tanggal :21 Juni 2019

Pembimbing 2



Dra.Ec. Arini,MM.
N.I.K: 311.03.0550
Tanggal : 21 Juni 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Michael Stevano NRP: 3103015302
Telah diuji pada tanggal 1 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK: 311.89.0152

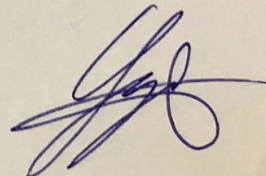
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovikus Eusebius, MM., Ak., CA, CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michael Stevano

NRP : 3103015302

Judul Skripsi : Pengaruh *In-Store Factors, Personal Factors, Mood of Consumer, POS Terminal* terhadap *Impulse Buying* pada Pull & Bear di Galaxy Mall Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Juni 2019

Yang menyatakan



(Michael Stevano)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *In-Store Factors, Personal Factors, Mood of Consumer, POS Terminal* terhadap *Impulse Buying* pada Pull & Bear di Galaxy Mall Surabaya.”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dra.Ec. Arini,MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dra.Ec. M.G.Temengkol, MM., selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa studi.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
7. Seluruh staff tata usaha di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala yang selalu membantu dalam hal pengumpulan berkas-berkas.
8. Ayah, Ibu dan segenap keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi/tugas akhir ini.

9. Teman-teman kuliah yang saling mendukung dan memberikan semangat Syeli, Hera, Jhoshua, Michael Jap, Yanuar, Denny, dan Indra.
10. Andri selaku *partner* sesama bimbingan yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
12. Semua pihak yang berkepentingan dan terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan pada tugas akhir ini. Oleh sebab itu saya sebagai penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar tugas akhir ini dapat menjadi karya tulis yang lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, 25 Juni 2019

Penulis,

Michael Stevano

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Impulse Buying</i>	8
2.1.2 <i>Money Availability</i>	10
2.1.3 <i>Family Influence</i>	11
2.1.4 <i>Time Availability</i>	12
2.1.5 <i>Sales Promotions</i>	12
2.1.6 <i>Store Environment</i>	13
2.1.7 <i>Friendly Employees</i>	14
2.1.8 <i>Mood of Consumer</i>	15
2.1.9 <i>POS Terminal/ATM Facility</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.3.1 Pengaruh <i>Money Availability</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	19
2.3.2 Pengaruh <i>Family Influence</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	20
2.3.3 Pengaruh <i>Time Availability</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	20
2.3.4 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	21
2.3.5 Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	21
2.3.6 Pengaruh <i>Friendly Employees</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	22
2.3.7 Pengaruh <i>Mood of Consumer</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	23
2.3.8 Pengaruh <i>POS Terminal/ATM Facility</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	23
2.4 Model Penelitian	25
2.5 Hipotesis	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Variabel dan Definisi Operasional	27
3.2.1 <i>Money Availability</i> (X1)	27
3.2.2 <i>Family Influence</i> (X2)	27

3.2.3 <i>Time Availability</i> (X3).....	28
3.2.4 <i>Sales Promotion</i> (X4).....	28
3.2.5 <i>Store Environment</i> (X5)	28
3.2.6 <i>Friendly Employees</i> (X6).....	29
3.2.7 <i>Mood of Consumer</i> (X7).....	29
3.2.8 <i>POS Terminal</i> (X8)	29
3.2.9 <i>Impulse Buying</i> (Y)	30
3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran	30
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi Penelitian	31
3.4.2 Sampel Penelitian	31
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	31
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	32
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	32
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.6.4 Analisis Koefisiensi Korelasi (R)	33
3.6.5 Analisis Koefisiensi Determinasi (R ²).....	33
3.6.6 Uji simultan (Uji F)	33
3.6.7 Uji Parsial (Uji t)	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Profil Responden Penelitian	34
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	36
4.2.1 <i>Money Availability</i>	37
4.2.2 <i>Family Influence</i>	38
4.2.3 <i>Time Availability</i>	38
4.2.4 <i>Sales Promotion</i>	39
4.2.5 <i>Store Environment</i>	40
4.2.6 <i>Friendly Employees</i>	41
4.2.7 <i>Mood of Consumer</i>	41
4.2.8 <i>POS Terminal</i>	42
4.2.9 <i>Impulse Buying</i>	42
4.3 Uji Validitas dan Uji reliabilitas	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1 Uji Multikolinearitas	45
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	46
4.4.3 Uji Autokorelasi	47
4.4.4 Uji Normalitas	47
4.5 Uji Hipotesis	48
4.5.1 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	48
4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4.5.3 Uji Parsial (Uji t).....	51
4.5.4 Uji Simultan (Uji F)	54

4.6 Pembahasan	55
4.6.1 Pengaruh <i>Money Availabilty</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	55
4.6.2 Pengaruh <i>Family Influence</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	55
4.6.3 Pengaruh <i>Time Availability</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	56
4.6.4 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Impulse buying</i>	56
4.6.5 Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	57
4.6.6 Pengaruh <i>Friendly Employees</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	57
4.6.7 Pengaruh <i>Mood of Consumer</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	58
4.6.8 Pengaruh <i>POS Terminal</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	58
BAB 5 PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Akademis	61
5.2.2 Saran Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	18
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan tiap Bulan	36
Tabel 4.6 Interval Rata-Rata Skor	37
Tabel 4.7 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Money Availability(X1)	37
Tabel 4.8 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Family Influence(X2)	38
Tabel 4.9 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Time Availability(X3)	38
Tabel 4.10 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Sales Promotion(X4)	39
Tabel 4.11 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Store Environment(X5)	40
Tabel 4.12 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Friendly Employees(X6)	41
Tabel 4.13 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Mood of Consumer(X7)	41
Tabel 4.14 Hasil Analisa Statistik Deskriptif POS Terminal(X8)	42
Tabel 4.15 Hasil Analisa Statistik Deskriptif Impulse Buying(Y)	42
Tabel 4.16 Hasil Analisa Uji Validitas	43
Tabel 4.17 Hasil Analisa Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.18 Hasil Analisa Uji Multikolinearitas VIF	45
Tabel 4.19 Hasil Analisa Uji Heteroskedastisitas Glejser	46
Tabel 4.20 Hasil Analisa Uji Autokorelasi Durbin Watsin.....	47
Tabel 4.21 Hasil Analisa Uji Normalitas	47
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi	48
Tabel 4.23 Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.24 Uji Parsial	51
Tabel 4.25 Uji F Simultan.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Toko Pull & Bear dalam 27 Tahun	4
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Analisis Regresi Linear Berganda

ABSTRAK

Konsumen melakukan pembelian *impulsif* karena faktor-faktor situasional yang dirasakan konsumen saat berbelanja di dalam toko, dimana faktor-faktor situasional ini dapat dibagi dalam faktor personal yang terdiri atas *money availability*, *family influence*, serta *time availability*, dan juga faktor di dalam toko yang terdiri atas *sales promotion*, *store environment*, serta *friendly employees*. Pembelian *impulsif* konsumen juga dapat disebabkan oleh berbagai hal seperti ketersediaan uang, mood, harga, layout toko, ketersediaan waktu, promosi, lingkungan toko serta referensi kelompok yang berpengaruh negatif terhadap *impulse buying* selain itu juga terdapat *POS terminal*/fasilitas ATM yang berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal factor*, *in-store factor*, *mood of consumer*, *POS terminal*/ATM *facility* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* di Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *money availability*, *family influence*, *time availability*, *sales promotion*, *store environment*, *friendly employees*, *mood of customer* dan *POS terminal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya.

Kata Kunci: *money availability*, *family influence*, *time availability*, *sales promotion*, *store environment*, *friendly employees*, *mood of customer*, *POS terminal*, *impulse buying*

THE IMPACT IN-STORE FACTORS, PERSONAL FACTORS, MOOD OF CONSUMER, POS TERMINAL TO IMPULSE BUYING AT PULL & BEAR IN GALAXY MALL SURABAYA

Abstract

Consumers make an impulse buying because of the perceived situational factors of consumers when shopping in stores, where these situational factors can be divided into personal factors consisting of money availability, family influence, As well as time availability, and also the factors in the shop consisting of sales promotion, store environment, and friendly employees, the impulse buying of consumers can also be caused by various things such as money availability, mood, price, store layout, Availability of time, promotion, store environment, and group references negatively affect impulse buying in addition to there is also POS terminal/ATM facility that have positive effect on impulse buying. This research aims to determine the influence of personal factors, in-store factor, mood of consumer, POS Terminal/ATM facility has positive effect on impulse buying in Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya.

The population in this study is a consumer of Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Number of samples studied as much as 100 respondents. Sampling using purposive sampling techniques. Data analysis uses multiple linear regression analysis using SPSS program. Data analysis results show that money availability, family influence, time availability, sales promotion, store environment, friendly employees, mood of customer and POS terminal have positive and significant effect on impulse buying in Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya.

Keywords: money availability, family influence, time availability, sales promotion, store environment, friendly employees, mood of customer, POS terminal, impulse buying